Roland Motte

Un rayon à prendre très au sérieux !

Chez nos amis jardiniers amateurs, le potager est en train d'exploser ! Pensez donc, d'après un récent sondage commandé par notre journal (Efficience 3 pour Groupe j), 38% des personnes interrogées possesseurs de potager déclarent l'avoir commencé depuis moins de 5 ans, et ce n'est pas fini ! Alors pédagogie, communication, marketing adapté, deviennent vraiment une obligation pour les magasins qui veulent vraiment surfer sur la vague !

Même les jeunes se mettent au potager, ceux qui ne comprennent pas tout de la terre et des arbres, ceux que l'on considérait comme des irrécupérables, même eux se mettent en quête de leur première graine. Et qu'est-ce qui poussent nos concitoyens vers la culture des pommes de terre… et du reste ? Les économies, bien sûr, pour 39% d'entre eux.
Mais 70% déclarent faire leur potager pour manger des produits sains et 65% veulent retrouver le vrai goût des fruits et légumes ! Un vrai plébiscite pour un secteur du jardin qui commençait pourtant à battre de l'aile.
Tout le monde se met au potager, à nous de transformer cette nouvelle passion en vente dans nos rayons.

Dans les rayons

Le potager n'existe pas en temps que rayon ! Aujourd'hui, dans la grande majorité des points de vente, le potager est éclaté dans divers lieux, un peu en librairie, dans les phytos et les engrais bien sûr, au marché aux fleurs, et un peu partout dans le magasin.
L'émergence de ce marché ouvre un débat sans fin, les jardineries, pour ne citer qu'elles, sont construites par des vendeurs et pour des vendeurs. Si le client avait eu son mot à dire, il aurait sans doute créé un rayon " potager ", un rayon " véranda ", un rayon " gazon ", un rayon "arbres et arbustes ", un rayon "intérieur ". OK, mais le client, ce n'est pas lui qui finance l'opération, et mélanger des plantes avec des produits, c'est plutôt compliqué, voir impossible.
Evidemment, les temps change, le vieux jardinier, celui qui connaît tout, comme sa poche, celui là tend à disparaître pour laisser la place à une nouvelle génération pressée, larguée en jardin et pas bien prête à courir dans tous les coins du magasin pour trouver la solution à ses problèmes.
Alors, dans le futur, la conception même des points de vente devra s'adapter au client. Quel est le premier distributeur qui osera bouleverser les habitudes ? Que deviendront les anciens ?

Tout le monde se met au potager, à nous de transformer cette nouvelle passion en vente dans nos rayons.

Au secours

La nouvelle génération ! C'est ça le vrai problème du potager !
On parle du potager de nos grands parents, et c'est nos enfants qui veulent s'y mettre, un peu comme si les ados d'aujourd'hui s'arrachaient les

Le potager des filles !

Historiquement réservé à monsieur, le potager est en train de se féminiser grave. Le potager est l'antichambre de la cuisine, domaine encore réservé à la gente féminine, bien que les grands chefs soient plutôt des mecs… Allez comprendre ! Mais là n'est pas la question. Le potager s'installe partout, dans les petits jardins, dans les lotissements, sur le balcon, sur la terrasse, il n'est plus l'apanage de l'homme et c'est tant mieux. Nous allons devoir faire des sacs de terreaux encore plus petits, repeindre les outils avec des couleurs plus sympas, proposer des paquets de graines "prêts à l'emploi".
Le potager, et surtout les produits qui l'accompagnent, vont devoir nous surprendre, devenir facile, en un mot, séduire !
Merci les filles, sans vous, nous en serions encore au potager de grand-père !

© reproduction interdite sans autorisation

On peut tout vendre autour du potager à condition d'expliquer.

disques de Tino Rossi… Non, trop c'est trop.
Halte là ! Pour écouter du Tino Rossi, çà ne se fait pas comme ça, il y a des règles, des trucs à savoir… Il faut danser le Tchatcha, connaître la Corse, s'évertuer à chanter "Marinella" sous la douche… C'est qui Marinella ???
Bref, y sont sympas les jeunes, mais ils sont à la recherche d'aide, de conseils, de trucs et d'astuces. Et des choses simples, s'il vous plait, avec un langage d'aujourd'hui.

Tendance

Le potager sort de ses frontières !
Réservé souvent aux habitants de la campagne ou aux rurbains, le potager est en train de sortir de son trou pour envahir la ville.
La tendance a changé ! Avant, il y a une dizaine d'années, faire son potager, c'était ringard, paysan, limite bouseux.
Aujourd'hui, avec le slogan du "c'est moi qui l'ai fait ", le potager s'installe même sur les balcons des villes ou sur les terrasses des immeubles, dans les quartiers chics !
A quand l'avènement des vaches en animal de compagnie ?

On peut tout vendre autour du potager à condition d'expliquer, de faciliter l'accès à des produits complexes. Même les graines paraissent bien incompréhensibles pour le commun des mortels. *« Et ce petit truc va donner un arbre ? Tu me cherches là… Ou quoi ? »*.
Seulement voilà, nous sommes de moins en moins nombreux en magasin, et ça ne va pas s'arranger, c'est pas le moment de se lancer dans les animations !

Communiquer

Cette année encore, les livres et les communications sur le potager vont foisonner, normal, la demande est forte. Le potager, c'est le domaine considéré comme le plus ringard du jardin. Des générations entières, moi le premier, se sont sauvées de chez la grand-mère pour ne pas avoir à butter les patates pendant les vacances. Alors bien sûr, ce truc de vieux qu'on a enfouis dans le fond de sa cervelle depuis des années, ce truc incompréhensible dont on entend encore parler le voisin, ce truc là, faut bien retrouver le mode d'emploi.
Il faut dire que des fois, ça fait peur…
« Pour lutter contre le mildiou, faut mettre un fil de cuivre dans le pied de la tomate »,
« Pour faire fuir les oiseaux des cerisiers, tu mets un poisson mort dans un filet suspendu dans l'arbre »,
« Pour plus avoir de taupe, tu mets des branches de rosiers dans les galeries ».
Ahhh ! Ca donne envie de rêver… Vous ne trouvez pas ?
Et alors, comment faire ? Facile à dire !!! Expliquer ! Sur Internet, lors des contacts clients, en créant des animations, en indiquant la solution sur les produits, avec des vidéos, des stages, des rencontres…
Encore des trucs qui coûtent chers à organiser sans un retour clairement visible. Ils sont pénibles ces jeun's.

A faire… Affaires

Le potager est mûr, prêt pour la récolte ! Dans la tête des consommateurs, même des moins jardiniers, il est incontournable, c'est un gage de réussite, pour mieux manger et mieux vivre. Mais mieux encore, il est tendance ! Voilà bien longtemps que le jardin n'avait pas un truc un peu tendance, on n'avait pas vu ça depuis l'arrivée du cannabis sur les balcons !

Potager' Colo

Et pourquoi donc tout le monde se mettrait au potager ? Pour manger plus sain bien sûr.
La signature "bio " était un petit coup de pub, elle devient obligatoire pour rassurer notre consommateur.
Pas question de récolter des plantes issues d'une culture à risque. Et pour le risque, rassurez-vous, les " Potager'Colo " veillent au grain, et la presse aussi.
Graines bio, plants bio, pots bio, terreaux bio… Nous allons manger bio, vivre bio, penser bio …
D'un autre coté, si le potager a la cote et s'il se vend de plus en plus, c'est bien pour manger 5 fruits et légumes par jour, c'est bien pour manger les fruits et légumes de MON jardin… Sans produit.
Sans doute une histoire de confiance, une histoire de plaisir aussi !
Alors, s'il faut être bio, produisons bio !

Et pour accompagner la vague, il faut des produits jeunes, un marketing adapté à ce nouveau client.
L'accompagnement devient une obligation, la pédagogie à tous les étages de la communication.
Et pour finir, le potager explosera lorsqu'il aura vraiment son chez lui, son rayon à lui… mais ça, c'est pour plus tard.
En attendant la récolte, il faudra semer ! C'est le plus facile !

Pour accompagner la vague, il faut des produits jeunes, un marketing adapté à ce nouveau client.

© reproduction interdite sans autorisation